



ALIBABA HEALTH
Information Technology Limited

阿里健康信息技術有限公司

(Incorporated in Bermuda with limited liability)

(於百慕達註冊成立之有限公司)

Stock code 股份代號：00241



2022

環境、社會及管治報告
ENVIRONMENTAL, SOCIAL
AND GOVERNANCE REPORT

目錄

關於本報告 02

高管致辭 03

董事會聲明 05

公司介紹 06

1 企業管治 08

1.1 管治架構 08

1.2 風險內控 09

1.3 廉正管理 11

1.4 利益相關方溝通 12

1.5 重大性議題判定 13

2 品質保障 14

2.1 產品質量 14

2.2 商家規範管理 16

2.3 客戶服務 16

2.4 信息安全保障 18

2.5 知識產權管理 21

3 員工管理 22

3.1 合規僱傭 22

3.2 人才發展及培訓 24

3.3 員工健康與安全 26

3.4 員工關愛 28

4 雙碳行動 29

4.1 應對氣候變化 29

4.2 綠色運營 29

4.3 廢棄物管理 37

5 夥伴責任 38

5.1 供應鏈管理 38

5.2 公益行動 39

ESG索引 43

讀者反饋表 48





關於本報告

發佈週期

本報告為年度報告，是阿里健康信息技術有限公司連續發佈的第六份環境、社會及管治報告。

編製依據

本報告基於香港聯交所「上市規則指引」—附錄二十七《環境、社會及管治報告指引》(HKEX-ESG) 編製。

報告期間

報告時間跨度為2021年4月1日至2022年3月31日(「報告期」)。

報告邊界

本報告以阿里健康信息技術有限公司為主體，涵蓋公司所屬各管理支持部門。

指代說明

為便於表述，報告中「阿里健康」「公司」「我們」均指代阿里健康信息技術有限公司。「本集團」指代阿里健康連同其附屬公司，「阿里巴巴集團」指代阿里巴巴集團控股有限公司連同其附屬公司的合稱。

貨幣說明

如無特殊說明，本報告中的「元」指「人民幣」。

報告版本與獲取

報告以網絡版形式發佈，您可以在下列網站瀏覽和下載報告：

阿里健康官網(<https://www.alihealth.cn/>)

香港聯合交易所網站(www.hkex.com.hk)



高管致辭

當時光進入2022年，在我們一次次地加入各地抗擊疫情的行動時，阿里健康也在不斷思考，在互聯網醫療行業越來越被需要而不斷成長與發展的這一波浪潮之中，我們應該做些什麼來滿足社會所需？我們在未來應該如何回應社會對於「醫療」以及「健康」的關注？

「讓天下人健康生活120年」是阿里健康一直所秉承的企業使命。在「健康生活」的背後，阿里健康認為，我們應該將普惠的醫療健康服務帶給更廣闊的人群，讓每一位用戶都能夠有尊嚴地獲得高質量、一體化的「治療+預防+保健」健康支持。而這也正是《「十四五」國民健康規劃》所指明的我國醫療行業發展方向。依託於阿里巴巴集團的數字化能力，積極運用阿里健康在互聯網技術、物聯網技術方面的長期積累能力和服務經驗，我們期望能夠在互聯網醫療這個領域內為用戶創造更長期的價值。

立足於為用戶提供高質量的醫療服務的同時，我們也不斷思考如何對更廣泛的利益相關方群體產生更為積極的作用。2021年底，阿里巴巴集團發佈了《碳中和行動報告》，2022年進一步披露ESG工作進展，將ESG戰略定義為阿里巴巴未來發展的重要基石。在阿里健康，我們同樣將ESG視為保持公司健康發展、保持與用戶以及各利益相關方持續共贏的關鍵戰略舉措。截至2022年3月31日止財政年度（「2022財年」），我們已將ESG在公司管理工作中進行內化，董事會、管理層及工作部門分別承擔ESG的監管及日常執行職能，讓ESG的理念和要求，能夠在我們日常的一舉一動中得到體現。本財年內，阿里健康也入選「恒指ESG增強指數」與「恒指低碳指數」，成為入選的唯一一家互聯網醫療公司；明晟公司「MSCI」對阿里健康的ESG評級由BBB級提升至A級，這是對我們長期以來ESG工作的肯定，也激勵我們更好地在未來以ESG為抓手激發公司更廣泛的社會價值。

對服務和產品品質的關注、與員工及生態夥伴的共同陪伴成長，以及承接阿里巴巴集團「雙碳」工作要求貢獻於碳達峰碳中和行動，是阿里健康在本財年內的三大ESG重點關注。我們始終嚴守醫療行業監管規則要求和質量控制底線，在行業技術與服務模式不斷推陳出新的今天，用我們的實際行動，讓「品質」和「安全」共同嵌入我們每一項服務和產品，讓用戶能夠真正受益，讓員工及生態夥伴能夠真正得利，從而讓這個行業健康、持續發展下去。

承接阿里巴巴集團的「雙碳」工作計劃，阿里健康正在全面審視數字化醫療健康服務可以如何在助力社會節能減排這一方面發揮我們的專長，從而為公司自身、為阿里巴巴集團、為我們的客戶及社會的綠色低碳轉型貢獻一份力。在從線下到線上的遷移過程中，患者不必一次又一次地往返於醫院和家中，高質量的線上醫療健康服務同時也是高質量的綠色低碳服務。我們也不斷加強與數據服務商、物流服務商的合作，推進綠色數據中心、綠色物流的應用和發展，實現我們的價值鏈節能減排。



高管致辭

新冠疫情讓更多人對於醫療和健康有了更深刻的意識。堅守初心，砥礪前行，阿里健康依然將與每一位用戶、每一個生態夥伴一起，為更美好、更健康的生活而共同努力。

阿里健康主席兼首席執行官

朱順炎

2022年5月25日



董事會聲明

本公司及本公司董事（「董事」）會（「董事會」）遵循香港聯合交易所《環境、社會及管治報告指引》要求，加強董事會對環境、社會及管治(ESG)有關事務的參與及決策。董事會作為公司ESG事務最高負責及決策機構，負責決策公司ESG管理方針及策略，確保公司內設立合適及有效的ESG風險管理系統，審閱公司重大ESG議題評估結果及當年度ESG報告，積極推動公司運營各環節融入ESG要求。

在董事會領導下，阿里健康已建立行之有效的ESG日常管理及信息披露機制。ESG工作由公司首席執行官（CEO）及首席財務官（CFO）牽頭，各業務及部門分別落實ESG有關工作要求，並及時匯報ESG工作進展。投資者關係部作為ESG信息披露負責部門，每年度定期協同各業務及部門完成ESG報告編製及披露。

於報告期內，阿里健康承接阿里巴巴集團所設立的與業務運營相關聯的環境目標，本報告亦詳盡披露了阿里健康在本年度環境、社會及管治的相關事宜，已經由董事會於二零二二年五月二十五日審閱批准。



公司介紹

作為阿里巴巴集團在大健康領域的旗艦平台，阿里健康秉承「讓天下人健康生活120年」的使命，持續在大健康領域鞏固夯實既有優勢業務基礎，同時圍繞客戶需求積極探索創新業務模式，發展產業板塊，著眼未來做好前瞻性佈局。我們期望通過十年、二十年持續不斷的努力，通過互聯網和生命科學的技術，提早介入到每一個人的全生命過程之中，通過我們的平台服務早預防、早檢查、早發現、早治療，讓我們服務的每一個用戶都充滿生命的活力和尊嚴。為實現這一目標，阿里健康將依託領先的數字技術和數字運營能力，以「雲基建」為基礎，「雲藥房」為核心、「雲醫院」為引擎，為億萬家庭提供普惠便捷、高效安全的醫療健康服務。

主營業務

阿里健康開展的業務主要集中在醫藥電商業務、醫療健康及數字化服務業務領域。

醫藥電商業務：阿里健康醫藥電商業務始終以用戶為核心，充分發揮深耕多年的品牌優勢與資源，利用物聯網等互聯網技術，全渠道推進醫藥自營業務、天貓醫藥平台及新零售業務相結合運營模式，繼續積極拓展與上游優質品牌商的合作，進一步加強與醫藥、保健品商和國內大型醫藥經銷商等的業務合作，通過人、貨、場的要素重構創新，進一步培養和沉澱消費者網上購藥心智，為有健康需求的用戶建立線上線下一體化的綜合健康管理平台。

醫療健康及數字化服務業務：阿里健康積極利用強大的科技創新能力、數字化與智能化能力、優化產業流程並提升服務效率的能力。阿里健康深耕互聯網醫療和醫療健康服務領域，聯動阿里生態的流量獲取能力，持續為來自淘寶、天貓、支付寶、醫鹿APP、夸克搜索等終端使用者提供多方面、多層次、專業便捷的醫療健康服務，穩步推進讓優質醫療資源走到基層。同時，阿里健康持續運營「碼上放心」追溯平台，為醫藥企業、醫療機構及消費者提供針對藥品、疫苗、保健品、消費品等產品的追溯信息服務，加強安全、便捷的行業追溯機制建設。



公司介紹

生態合作

在癌癥篩查領域，阿里健康攜手蘭丁醫療推出臨床腫瘤診斷服務新模式，為目標城市的醫療機構，提供高質量、快捷的線上線下一體化癌癥篩查和檢測服務，讓人工智能細胞病理診斷技術逐步涵蓋各種高發腫瘤的早期篩查和快速診斷。在數字化醫療服務領域，由阿里健康聯合熙牛醫療科技(浙江)有限公司共同打造的「未來醫院」信息系統成功助力浙江大學醫學院附屬第一醫院(「浙大一院」)旗下四個臨床院區核心信息系統全部搬遷上「雲」，各院區的信息互聯互通，大幅度提升醫院的運營效率和質量。



1 企業管治

1.1 管治架構

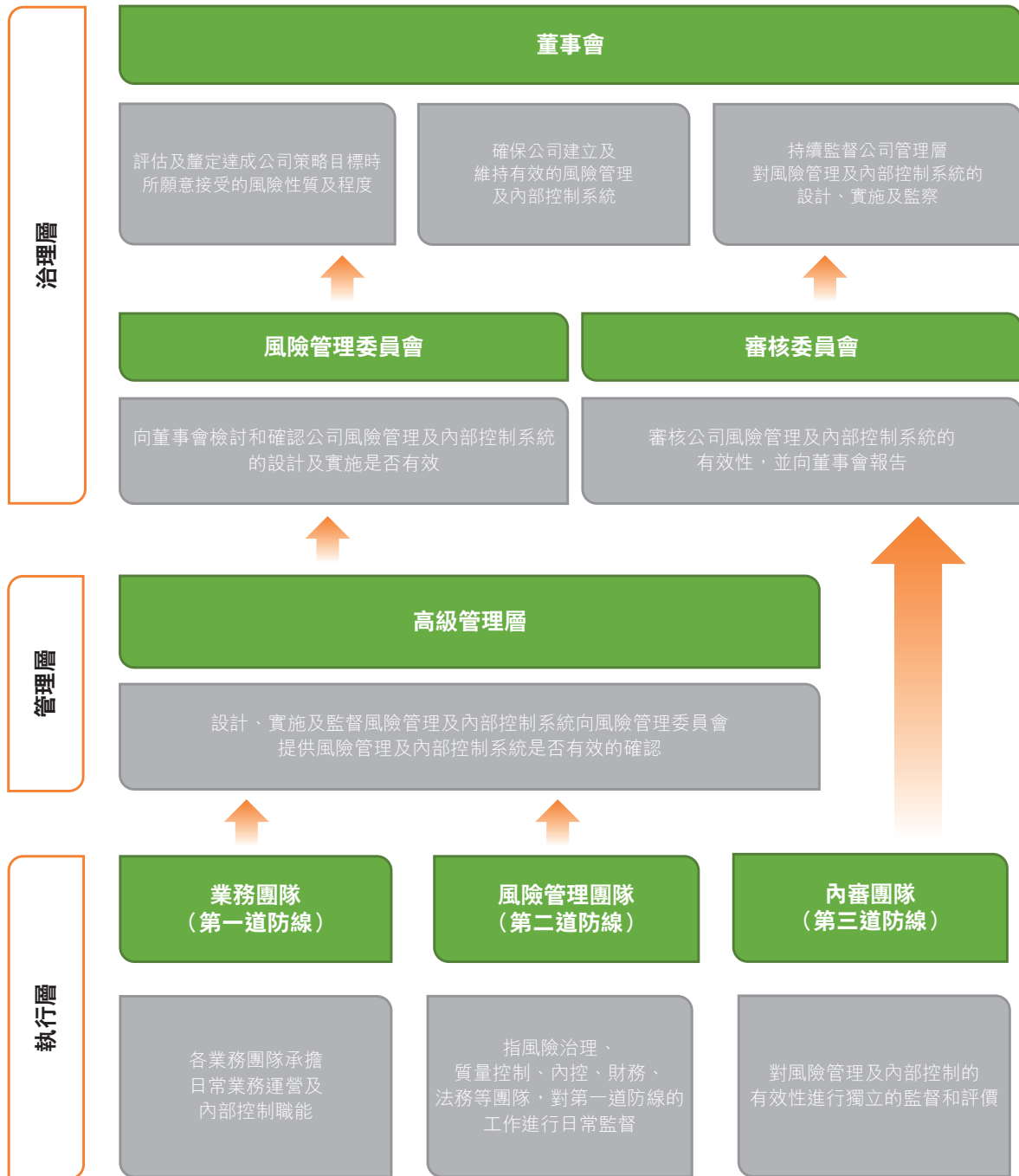


委員會	主要職責
薪酬委員會	<ul style="list-style-type: none"> 就本公司所有董事及高級管理層之薪酬政策及架構，以及為制訂薪酬政策確立正式兼具透明度之程序向董事會提供建議； 向董事會建議個別執行董事及高級管理層之薪酬待遇，包括實質利益、退休金權利及賠償款項，並就非執行董事之薪酬向董事會提供建議等。
審核委員會	<ul style="list-style-type: none"> 審議外聘核數師之委任及有關辭任或罷免外聘核數師之任何問題； 與外聘核數師討論審核之性質與範疇； 在向董事會提交半年及年度財務報表前先審閱該等財務報表等。
提名委員會	<ul style="list-style-type: none"> 至少每年檢討董事會之架構、人數及組成(包括技能、知識和經驗)，並就董事會之任何建議變動提供推薦建議，以補充本公司之公司策略； 物色具備合適資格成為董事會成員之人士，並就挑選獲提名人士出任董事職務進行遴選或向董事會提供推薦建議等。

1 企業管治

1.2 風險內控

阿里健康風險管理組織架構分為三個層級：治理層、管理層和執行層，不同層級的風險管理職責及匯報關係，如下圖。





1 企業管治

風險管理流程	
風險識別	管理層基於本集團的戰略目標和經營目標，分別從戰略、運營、質量、財務、法律、人力資源、信息技術和數據、聲譽及用戶體驗等九個主要領域，識別可能影響集團目標實現的不確定因素和風險事件。
風險評估	管理層與其管理團隊對識別出來的各項風險，分別從風險發生的可能性和影響程度進行評估打分，並對風險等級進行「高」「中」「低」排序。
風險監控	風險監控是對風險應對措施的執行情況進行監督，並持續改進和完善內控執行的有效性；包括日常工作中的持續監控和定期的獨立評估。
風險匯報	風險匯報是向本集團的管理層、董事會及其下設的審核委員會和風險管理委員會，上報風險管理和內部控制系統的設計及實施的有效性。
風險應對	風險應對策略包括風險規避、風險轉移、風險緩解和風險接受，基於風險識別和風險評估的結果，管理層選擇恰當的策略設計相應的措施來管控風險。

風險管理保障機制

- 本集團應對風險的管理措施包括公司層面、業務層面、財務報告層面及IT系統層面的流程和內控活動，相關流程和內控活動均被寫入內控流程和制度規範裡，並發佈到制度平台上供全員查閱和學習。同時，集團建立健康規則中心，對外公示對合作方及業務的管理規範和要求。
- 風險管理績效考核是風險管理實施的保障。阿里健康通過培養全員的風險意識、規範內控流程、實行全員問責機制，保障集團風險管理戰略的實施。
- 本集團通過風險管理和內控相關的溝通及培訓，保證各類業務流程、制度規範和內控活動的落地實施。溝通及培訓的形式包括：集中培訓、研討會、即時溝通指導、視頻學習、群發郵件和網上考試等。涉及的內容包括：制度規範和內控培訓、法律法規培訓、廉正培訓、數據安全培訓等。



1 企業管治

1.3 廉正管理

阿里健康始終秉承阿里巴巴集團對腐敗零容忍的態度，堅持依法合規運營，嚴格恪守誠實守信、廉潔自律的商業道德，積極開展反腐敗培訓，樹立員工的法律及廉潔意識，並嚴肅處理違規員工，追究管理者問責。2021年，阿里健康出台了《商業行為準則》《員工利益衝突管理細則》及《員工紀律制度》，同步生效《反性騷擾行為準則》，並更新了《禮品處理條例》《政府事務行為相關規定》《證券交易指引》《數據安全規範》及《員工參加第三方舉辦的外部活動指引》等細則，已形成成熟的反腐及合規政策體系。政策頒佈後，持續數月開展全員、管理者、人力資源團隊的多輪分層宣貫和考試，含CEO在內的全員考試通過率達100%。

阿里健康的合規體系參照阿里巴巴集團設置，公司配置有專業的廉政、內控、審計、風控、法務、財務團隊。報告期內，阿里健康專門成立紀律管理委員會，成員為：CEO、CPO、CFO、COO、CRO、法務負責人、廉正負責人，主要職責為公司制度的修訂管理、員工處分複議及報備、日常風險的運營管理等。

阿里健康建立並嚴格貫徹合規培訓體系，不定期開展分別針對一線員工、管理者、人力資源團隊的合規培訓，並針對不同種類的崗位，開展不同內容的合規宣教，定製化生產貼合內容，並以考試檢測培訓效果。公司設有專門的新人宣教機制，新人需在入職30天內機制性完成考試，並100%參加定期組織的線下專場培訓。阿里健康持續升級阿里巴巴集團商業行為準則認證考試，更新升級了線上遊戲化考試的系統及功能，題目的業務場景貼合度更深。報告期內，公司開展全員廉正培訓，人均培訓時長達5.91小時；我們要求公司董事參與廉正培訓，董事人均受訓時長為1小時。

此外，阿里健康設置多方公開反腐舉報渠道，開發上線移動端舉報系統，持續鋪設及推廣二維碼、舉報系統、郵箱等舉報渠道。阿里健康設置廉正調查員，在接到舉報後第一時間進行調查並把信息切分，並明確提出針對舉報人的信息安全保護，規定了打擊報復等行為的後果。報告期內，阿里健康廉正部門在主動調查中發現員工舞弊行為線索，並舉報至公安機關，產生2起因舞弊引發的訴訟案件。我們積極配合相關司法要求及流程，並在內部引以為戒，持續加強廉正建設。上述2起個案因及時被發現和處理，未對本公司業務產生影響。



1 企業管治

阿里健康廉正舉報渠道

在線舉報渠道	https://jubao.alibaba.com
舉報郵箱	alihealth-integrity@alibaba-inc.com lianzheng@alibaba-inc.com
舉報熱線	400-854-5198

1.4 利益相關方溝通

阿里健康認為了解消費者、合作夥伴、政府等各利益相關方的訴求和關注重點，對不斷提升社會責任管理具有重要意義，因此阿里健康不斷健全利益相關方參與機制，貼近利益相關方的關切與訴求，在發展過程中為利益相關方創造價值。

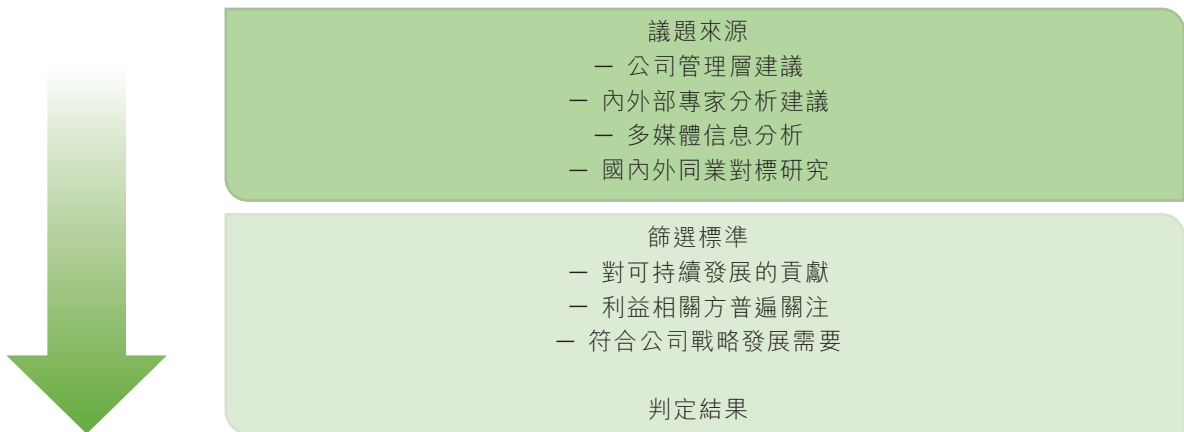
利益相關方	需求與期望	溝通與回應方式
政府	遵守法律法規 支持經濟發展 依法納稅	合規管理 執行國家政策 主動納稅
投資者	投資回報 業務與盈利增長 風險管理 信息披露	定時披露經營信息 業績發佈會 股東大會
消費者	質優價美的產品和服務 健康知識教育 保護消費者隱私信息	更好的醫藥健康服務 消費者滿意度調查 消費者信息保護
員工	維護員工權益 保障職業健康 健全發展通道 平衡工作生活	提供良好的薪酬福利 實施員工培訓 完善職業發展通道
合作夥伴	行業進步及共贏 公開、公平、公正採購 信守合約	依法履行合同 公開招標 開展項目合作
環境	節能減排	管理排放物 提升資源和能源使用效率 參與環保公益
社會和公眾	業務與公益結合 支持社區發展	公益慈善活動 志願者服務

1 企業管治

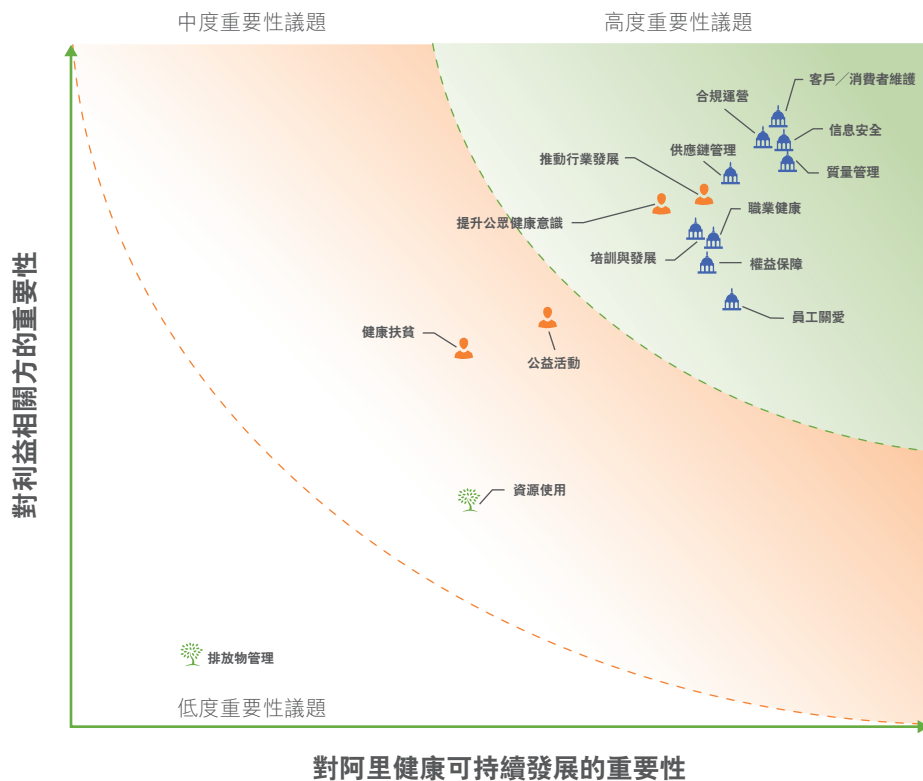
1.5 重大性議題判定

阿里健康在充分考慮利益相關方訴求和關注重點的基礎上識別重要ESG議題並進行議題實質性分析，確保ESG報告全面覆蓋公司和利益相關方關注的重點議題。為確保充分了解各項ESG議題對利益相關方的影響，我們通過以下步驟對各項議題進行評估與排序。

環境、社會及管治議題篩選流程



- 管治
- 社會
- 環境



圖：阿里健康環境、社會及管治議題重大性矩陣



2 品質保障

作為一家線上線下一體的醫藥健康服務網絡平台，阿里健康始終將用戶健康放在首位。公司不斷建立健全產品質量管理體系，優化平台商家及產品規範，為客戶提供放心、便捷、安全的產品與服務。

2.1 產品質量

保障銷售藥品的質量和平台運營的穩定是阿里健康的責任與底線。阿里健康嚴格遵守《中華人民共和國食品安全法》《中華人民共和國藥品管理法》《中華人民共和國疫苗管理法》《中華人民共和國藥品管理法實施條例》《藥品經營許可證管理辦法》及《互聯網藥品交易服務審批暫行規定》等法律法規，按照《藥品經營質量管理規範》(GSP) 進行質控建設，建立了包括質量控制、商品檢測、產品追溯、產品召回的質量管控流程體系。



2 品質保障

表：2021年阿里健康產品質量管理

質量控制	<ul style="list-style-type: none"> ● 全鏈條質控：參考GSP，形成藥品儲存、運輸、銷售等全鏈條的質量控制措施。 ● 質量控制團隊：負責全線業務的質量管理工作，採用安全用藥AI系統、免費用藥諮詢等措施確保產品質量。
商品檢測	<ul style="list-style-type: none"> ● 檢測標準制定：根據細分的平台產品，制定《阿里健康疫苗平台商品發佈標準》《可食用類產品違禁添加技術規範》等標準文件，明確規定各產品添加物的使用，禁止違禁物的使用。 ● 產品標準合作制定：2021年，我們聯合國家檢科院等四大檢測機構，全面升級燕窩標準體系，發佈天貓《首個燕窩網購挑選指南》，打造「放心燕窩上天貓」心智，提振用戶對燕窩品類信心，推動行業良性發展。 ● 實驗室搭建：使用「透明實驗室」進行產品檢測，比如對食品類產品進行產品標準制定和產品檢測工作。 ● 產品抽檢：定期抽檢，對於抽檢到的產品，我們會將產品抽檢結果標識在線上商城的產品頁。
產品追溯	<ul style="list-style-type: none"> ● 產品追溯平台：建立「碼上放心」第三方追溯平台。 ● 追溯標準制定：制定追溯標準和規範，使得平台產品在全生命週期內做到「來源可查、去向可追、責任可究」。
產品召回	<ul style="list-style-type: none"> ● 產品召回：依據產品追溯體系，可及時對問題產品進行召回。 ● 召回事件：2022財年，阿里健康自營平台未有產品召回事件發生。

報告期內，阿里健康平台因安全健康理由而產生退貨的比例為萬分之0.92。



2 品質保障

2.2 商家規範管理

為了規範平台運營管理以及保障產品質量，阿里健康對醫療器械類、醫療服務類消費醫療機構等不同類型的平台商家進行嚴格的准入、審核以及退出，確保平台持續為客戶提供優質產品。

對於醫療器械類商家，阿里健康嚴格遵守《醫療器械網絡銷售監督管理辦法》，對醫療器械商家資質和產品資質建立嚴格的審核及規範制度。商家准入階段，我們要求商家必須滿足醫療器械經營資質、醫療器械網絡備案憑證、營業執照等證件要求。入駐商家在平台發佈醫療器械類商品時，需按照阿里健康醫療器械商品發佈規範，在商品發佈前完成醫療器械註冊證/備案證、醫療器械標籤信息的上傳。我們會在相關資質上傳完成後，審核資質的真實性和有效性。

對於醫療服務類商家，我們制定《阿里健康醫療平台入駐標準》《阿里健康支付寶體檢/檢查機構招商管理規範》等招商入駐規範。首先，我們根據平台入駐的醫療機構和醫師的資質進行初次審核；然後，通過中華人民共和國國家衛生健康委員會（簡稱「衛健委」）網站予以確認。

對於消費醫療機構，我們制定消費醫療機構相關的平台招商規則、管理規範和審核流程。機構入駐階段，我們將資質審核和實地拜訪相結合，在考察資質文件的同時，不定期實地考察機構的管理、服務等文件及實際運營情況，確保機構信息的真實性，為消費者提供優質安全的消費醫療服務。

2.3 客戶服務

阿里健康致力於為用戶提供高質量、安全的產品和服務。我們通過搭建線上線下就診用藥渠道，並在各平台建立專業藥師服務體系，確保滿足不同患者的就診需要，為用戶打造安全、優質的服務體驗。

藥師服務

阿里健康嚴格審核藥師准入資質，並通過藥師團隊建設和平台服務體系，不斷優化藥師問診服務，及時滿足用戶的購藥需求。



2 品質保障

公司通過嚴格准入審核和藥師團隊培訓及激勵機制，打造專業的藥師服務團隊。我們嚴格核實入駐藥師的資格證書和執業證書，來確保藥師信息的真實性和準確性。公司定期為藥師團隊舉辦醫學知識、藥品注意事項等方面的專業培訓課程，確保藥師團隊專業知識的及時更新，保障信息傳達的準確性。同時，我們以每月評選出金牌藥師的方式，滿足合理管理藥師團隊的需要，也有助於藥師不斷改進自身的服務能力，為用戶提供更妥切的服務。截至2022年3月31日，近16萬名執業醫師、執業藥師和營養師可在我們的平台上為用戶提供在線健康諮詢服務，日均在線問診服務量已達30萬次。

不斷規範藥師服務平台，有助於我們為用戶提供更便捷、實時的服務。阿里健康已搭建7×24小時的專業藥師在線諮詢服務。消費者可以在售前及售後，就就診及用藥問題及時諮詢專業藥師團隊，我們也為處方藥慢性病福利計劃會員提供針對性用藥指導。平台也具備用藥提醒以及自動產生用藥方案等便捷工具，以消費者的需求和健康為出發點提供專業服務。針對客戶對於產品服務的投訴事件，我們根據《客戶投訴管理操作規程》《質量投訴管理制度》等流程制度文件，依照規定流程對客戶投訴、退換貨請求、退款請求等情況進行處理，年度投訴處理率達100%。

就診體驗

阿里健康通過自身的業務發展需要以及借助阿里巴巴集團的互聯網業務優勢，打造線上就診及線下零售雙途徑，不斷拓寬服務範圍，構建線上線下一體化的醫藥健康服務網絡，為消費者提供更加便捷的就診體驗。

隨著線上就診應用的普及，阿里健康推出集掛號、候診、遠程複診、送藥上門與一體的線上就診平台，為用戶提供全鏈條一站式就診服務。另外，阿里健康憑藉自身積累的技術、渠道及運營優勢，為患者提供觸手可得的慢病綜合醫療服務。我們服務的慢病用戶人數已達到650萬，較一年前增長119%。

阿里健康打造醫藥新零售系統，依託線上阿里健康平台，不斷開拓線下藥房資源，拉近與用戶最後一百米的距離，滿足用戶便捷化用藥需求。為匹配消費者靈活的購藥需求，我們與線下藥房合作提供7×24小時的急用藥／急送藥服務。



2 品質保障

負責任營銷

阿里健康堅守市場規則及誠信營銷理念，遵守《中華人民共和國廣告法》《藥品說明書和標籤管理規定》等相關法律法規，確保公司的誠信合法經營。報告期內，阿里健康在產品及服務標識方面，無相關違規事件發生。

我們嚴格把控產品營銷策略，保證產品全鏈路內容合規。在商品發佈前，我們明確要求不得投放處方藥及特醫食品等相關產品的廣告，並依據《廣告審查表》對保健品、醫療器械、非處方藥等產品進行審核。在商品發佈後，公司利用會利用系統工具對商品文字描述信息進行實時管控，保證向患者傳遞科學準確的藥品和治療信息。另外，我們會定期開設《廣告法》《藥品管理法》等相關的法律培訓，並針對培訓內容設立考試機制，樹立內部員工營銷合規意識。

2.4 信息安全保障

阿里健康高度重視網絡安全與用戶隱私數據保護，堅守數據安全底線，建立完善的安全管理架構和制度體系，不斷提升安全技術能力，保障平台數據安全和客戶隱私。

信息安全管理

公司嚴格遵守《中華人民共和國網絡安全法》《互聯網安全保護技術措施規定》《通用數據保護條例》(GDPR)等法律法規，以及阿里巴巴集團所制定的《阿里巴巴集團數據安全規範(總綱)》《阿里巴巴集團 - 對外數據披露細則》《阿里巴巴財務數據安全管理制度》等多制度文件，規範內部信息安全管理，保障信息安全與數據合規。

為提升公司的信息安全，保障安全管理的有效執行，阿里健康已成立信息安全管理架構。阿里健康董事會風險管理委員會負責公司的信息安全，參與公司數據安全的監督與最高決策工作。在日常運營中，公司首席風險官(Chief Risk Officer)及其團隊負責數據安全的管理與維護，CRO每年向風險管理委員會匯報數據安全工作總結，CRO團隊以定期召開會議覆盤數據安全事項和及時溝通應對突發狀況的方式，確保公司員工數據、阿里健康自身應用數據以及生態上下游數據等全鏈條的信息安全。



2 品質保障

信息安全運營

阿里健康不斷推進安全技術提升，通過一系列信息安全保護機制，降低信息和數據安全風險。我們已搭建完善的信息系統管理規範和業務連續性保障機制以及加密防護措施，建立從數據採集、數據傳輸、安全存儲、加密防護、授權訪問和使用到銷毀等全流程的數據管理。針對突發狀況，我們建立應急預案以應對突發的信息系統中斷情況，並執行定期災難恢復計劃和演練，提升信息安全的風險抵禦能力。

在信息安全評估方面，我們通過內外部安全評估測試的方式不斷提升自身的信息安全防護能力。

表：阿里健康安全評估測試

內部測試：	外部測試：
<ul style="list-style-type: none"> • 合規評估：法務評估、數據安全評估 • 技術平台評估：黑白盒測試 	<ul style="list-style-type: none"> • 通過與阿里巴巴集團共享專家庫 (https://security.alibaba.com/)，接受全球萬名以上安全專家的實時測試

我們在不斷提升自身信息安全建設的同時，邀請外部第三方機構技能型認證和安全評估，推動並完善阿里健康數據安全和信息保護工作。截至2022年3月31日，阿里健康、搭建醫療行業數據服務的阿里雲、阿里健康平台下醫鹿問診系統、阿里健康下碼上放心平台等平台或系統已獲得多項權威認證。其中，碼上放心平台信息安全已達到我國非銀行機構所能獲得的最高備案認證等級。

表：阿里健康信息安全認證情況

認證主體	認證體系
阿里雲	公安部信息系統三級信息安全等級保護備案證明
醫鹿問診系統	公安部信息系統三級信息安全等級保護備案證明
碼上放心平台	公安部信息系統三級信息安全等級保護認證
阿里健康	ISO27000信息安全管理体系認證 ISO9000質量管理体系認證



2 品質保障

信息安全宣貫

阿里健康開展各類信息安全與數據安全應急演練與培訓。根據公司制定的數據安全應急計劃與演練，公司設計不同的突發情況以測試在安全風險發生時的應對能力，並不斷發現和改正演練中出現的問題。在數據安全培訓方面，阿里健康已形成完善的分級培訓體系，以不斷增強員工的安全意識和技能。

- 新入職員工：開展數據安全培訓，針對倉儲系統安全進行專場數據安全培訓；
- 數據安全事件相關人員：針對數據安全事件，開展覆盤和培訓；
- 包括實習生與外包員工在內的全體員工：對數據安全、保密相關內容進行宣貫，開展全員安全培訓和測試。

隱私保護

阿里健康高度重視客戶隱私保護，嚴格遵守《中華人民共和國個人信息保護法》《中華人民共和國數據安全法》《電信和互聯網用戶個人信息保護規定》等相關法規條例，制定《阿里健康法律聲明及隱私權政策》、醫鹿平台的《法律聲明及隱私權政策》、支付寶醫療健康頻道的《法律聲明及隱私權政策》等相關產品的隱私保護政策，切實落實客戶信息管理機制，保障客戶隱私。報告期內，阿里健康未有客戶隱私洩漏事件發生。

公司從客戶信息管理和信息權限管理等方面，不斷加強客戶隱私保護。為嚴格保護公司運營過程中存儲的用戶數據，我們對客戶數據採取分類分級、數據權限控制等一系列管理舉措，明確收集和使用客戶個人信息的範圍，承諾妥善保管平台相關隱私數據，對個人信息及數據不得擅自洩漏及使用。客戶可以查詢、補充、更正、刪除個人信息。同時，我們嚴格管理客戶信息的訪問權限，只允許有相關權限的數據管理人員接觸客戶信息，並對訪問過程進行數據留痕，明確要求涉及數據安全的賬號不允許私自轉借他人，避免客戶信息被竊取洩漏。針對第三方信息披露，我們在已審核通過書面披露審查的情況下，按照「最小夠用」原則，將所必須的客戶信息向有告知授權的第三方進行披露。



2 品質保障

為更好地保護客戶的隱私安全，阿里健康定期開展針對全員的數據安全與保密相關的培訓，通過開展人員管理、流程管理以及信息技術等相關培訓，不斷規範和提升隱私安全保護工作。

2.5 知識產權管理

阿里健康嚴格遵守《中華人民共和國專利法》《中華人民共和國商標法》《中華人民共和國著作法》等法律法規以及阿里巴巴集團《商業行為準則》中知識產權相關的制度要求，確保在維護自身合法權益的同時，充分尊重他人的知識產權。報告期內，阿里健康未有知識產權侵權事件發生。

公司不斷優化內部員工和平台商家的知識產權保護工作流程和規範。我們規定員工嚴格遵守知識產權相關法律法規及協議規定，合法使用他人名稱、商標、數據或軟件。同時，我們加大力度識別和管理運營中的侵權風險，打擊知識產權侵權行為，並不斷提升商家知識產權保護意識，協助品牌商家維權行為的開展，維護知識產權權利人和消費者的合法權益。

為了營造公司創新氛圍、驅動產品更新，我們在阿里巴巴集團創新獎勵規定的基礎上，制定員工創新激勵機制，助力創新產品的研發，尊重和保護員工的創新成果，激發內部員工的科技創新活力。



3 員工管理

人才是企業最寶貴的財富，阿里健康堅持以人為本，切實維護員工合法權益，促進員工職業發展，豐富員工業餘生活，致力於為員工提升健康、安全、包容的工作環境。

3.1 合規僱傭

阿里健康保障員工合法權益，持續推動人才管理體系建設，嚴格遵守《中華人民共和國勞動法》《中華人民共和國勞動合同法》《中華人民共和國社會保險法》《住房公積金管理條例》等國家相關法律法規和阿里健康員工招聘管理政策。公司嚴禁杜絕僱傭童工以及強制勞工，堅持平等僱傭，在招聘、薪酬、培養、晉升等各環節中杜絕一切形式的歧視，包括性別、民族、婚姻狀況、宗教等，確保所有員工均享有公開、公平、公正的工作機會。阿里健康制定規範的薪酬管理制度和激勵政策，提供有競爭力的勞動報酬和績效獎金。公司在保障員工五險一金、法定假期等基本權益的基礎上，為員工提供豐富的福利保障體系，包括為懷孕員工提供帶薪假期，為哺乳期員工提供哺乳室、為有未成年子女的員工提供家長會假、為節日回老家路途遙遠的員工提供路途假等。

截至2022年3月31日，阿里健康共有員工1,849人，其中女性員工佔比43.05%。公司勞動合同簽訂率為100%，未出現使用童工、強制勞工的情況，未發生任何歧視事件。

3 員工管理

表：2022財年阿里健康員工構成數量

指標		單位	數量
員工總人數		人	1,849
按性別劃分的員工人數	男性員工	人	1,053
	女性員工	人	796
按僱傭類型劃分的員工人數	全職員工	人	1,829
	兼職員工	人	20
按年齡劃分的員工人數	29週歲及以下	人	478
	30週歲-50週歲	人	1,356
	51週歲及以上	人	15
按地區劃分的員工人數	中國大陸	人	1,845
	港澳台地區	人	3
	海外地區	人	1
按層級劃分的員工人數	高級別員工	人	39
	中級別員工	人	616
	基層員工	人	1,194

表：2022財年阿里健康員工流失率

按性別劃分 員工流失率	男性	%	16.43
	女性	%	14.32
按年齡劃分員 工流失率	29週歲及以下	%	12.97
	30週歲-50週歲	%	16.59
	51週歲及以上	%	0.00
按地區劃分員 工流失率	中國大陸	%	15.45
	港澳台地區	%	33.33
	海外地區	%	100.00



3 員工管理

3.2 人才發展及培訓

阿里健康堅持員工與公司共同成長的發展理念，完善員工成長與發展體系，持續優化員工培訓相關制度，提供豐富的培訓機會與資源，拓寬員工晉升渠道，幫助員工更好地實現夢想。

阿里健康積極推廣OKR(Objectives and Key Results)管理工具，提升從核心管理者到全體員工對於企業使命的理解和共鳴，實現員工與公司共同發展與進步。公司針對不同層級的員工建立了全面的、多元化的培訓體系，對員工在團隊工作、靈活性、洞察力、系統性思維及創造力等方面進行全面培養，不斷提升員工的專業素質和專業技能。

公司為員工提供豐富的線上線下培訓機會，積極邀請阿里巴巴集團業務精英開展關於業務、研發、運營、政策等方面的專題講座、經驗分享等。公司依靠阿里巴巴集團的培訓體系，支持員工參與集團的培訓活動，例如「三板斧」「俠客行」等基礎管理培訓活動，使得各崗位員工及時獲得個人發展所需的培訓內容。

我們面向全體員工開展「健康學院」線上直播培訓，聚焦行業與用戶洞察，內容包含業務介紹、行業及市場理解、互聯網醫療監管政策、用戶觀察、產品策略等。2022年，「健康學院」開啟高年級系列，該培訓項目由高層核心員工領隊，借鑑市場最佳實踐，開展高質量的交流和互動，並引發對產業、自身業務的覺察和探尋。

此外，阿里健康支持核心員工進行專業學習，2022年公司邀請浙江大學教授開展藥學通識培訓，共計21課時，以幫助員工更好地掌握藥品基本概念，熟悉藥品相關的行業政策，了解藥物研發的流程等。

報告期內，阿里健康員工參與培訓共3,200人次，受訓比例100%，人均培訓時長達74小時。



3 員工管理

表：阿里健康員工培訓體系

適用對像	培訓內容
新員工	<ul style="list-style-type: none"> 發放員工入職培訓手冊。 為每名新員工配備「導師」，幫助員工快速融入新的工作氛圍。 針對所有新員工提供為期三天的阿健迎新培訓，全面介紹公司業務，聚焦新員工視角中的工作挑戰，注重交互式學習，建立了包括「學習地圖」、新人活動、線下培訓等一系列內容的培訓體系。
中級管理層員工	<ul style="list-style-type: none"> 開展「俠客行」領導力提升培訓，通過體驗管理者實操模擬，對管理者職責、團隊建設等方面進行深度學習，全方位覆蓋新晉管理的學習目標。 開展「管理夜草」管理能力提升培訓，圍繞招聘、績效、晉升三個專項主題，結合相關案例，與高級管理者共同探討研學，該項目覆蓋90%以上的新晉一線管理者。 針對中層員工開展「產品派」與「技術派」兩類專業培訓。 針對阿里健康全體管理者，開展在線直播，明確管理者的價值主張，提出管理者工作要求，並提供相應的工作方法。
高級管理層員工	<ul style="list-style-type: none"> 通過管理者培訓、管理月會、管理季度會等活動，聚焦創新的管理方法論，交流探討公司未來發展方向與目標，分享各自的管理經驗，提升團隊的凝聚力和戰略領導力，為公司長期穩定發展夯實基礎。 支持高管深造、學習外部課程、及獲取外部證書。 支持醫藥電商一號位學習國際創新藥物研發和管理高級課程(CCDRS)模塊課程，以對於全球藥品研發、藥企發展環境有更深入的瞭解。

此外，公司加強組織人才的梯隊建設，每半年度對員工績效進行考核，為員工每年提供2次晉升機會，以促進人才的識別、選拔、任用和發展，為員工提供公平、廣闊的職業空間。



3 員工管理

表：2022財年阿里健康員工培訓情況

指標		單位	數量
員工培訓平均時長		小時	74
按性別劃分參加培訓員工百分比	男性員工	%	100%
	女性員工	%	100%
按性別劃分人均培訓小時數	男性員工	小時	74
	女性員工	小時	74
按層級劃分參與培訓員工百分比	高級別員工	%	100%
	中級別員工	%	100%
	基層員工	%	100%
按層級劃分人均培訓小時數	高級別員工	小時	60
	中級別員工	小時	80
	基層員工	小時	66

3.3 員工健康與安全

阿里健康將員工健康視為重中之重，積極營造健康安全的工作環境，加強員工安全意識提升，持續加強疫情防控工作，為員工的身心健康保駕護航。

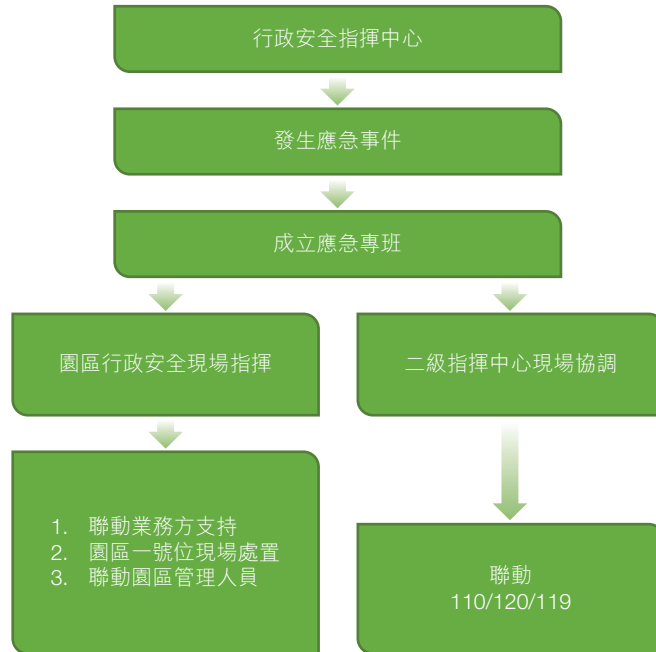
公司嚴格遵守《中華人民共和國職業病防治法》及《中華人民共和國安全生產法》等相關法律法規，在醫療、工傷保險等基礎保險之外，為全體員工提供補充醫療保險，實現員工各項社會保險與多層次補充保障的全面覆蓋。同時，公司面向全體員工開展體檢，以幫助員工及時瞭解身體健康狀況。報告期內，阿里健康未發生因工傷亡事故，因工傷損失工時為零。

表：阿里健康近三年因工亡故人數

指標	單位	2022年	2021年	2020年
因工亡故人數	人	0	0	0

3 員工管理

為增強公司面對突發事件的應急能力，我們建立多級聯動、靈活高效的應急事件處置機制和指揮體系，配備專業的急救設備，針對員工突發傷病、電梯困人、疫情管控等情況進行快速響應，妥善處理。同時，公司致力於與員工共創更安全的工作環境，面向員工發起急救俠招募活動，並對報名員工進行安全急救培訓、開展專業的認證。



圖：阿里健康應急事件處置機制

2022年，阿里健康積極響應國家及阿里巴巴集團防疫安全要求，在公司內部制定多項疫情防控措施，全力抗擊疫情。公司根據國家防疫政策和集團策略，打造了產品「典座」，通過實行「園區碼」「城市碼」，對全體員工實現入園管控，保障園區安全。另外，我們開展常態化防疫措施，例如為員工免費發放口罩、食堂餐桌安裝隔板、實行錯峰就餐、組織全員核酸和抗原檢測等。



3 員工管理

3.4 員工關愛

阿里健康感恩員工在工作中的辛勤付出，持續加強對員工的人文關懷，提倡工作與生活平衡，組織豐富多彩的文體活動，致力於提升員工的幸福感和歸屬感。

阿里健康為員工開展各類活動以豐富業務生活，以活動為載體促進員工交流互動，為員工提供展示自我、增強溝通的平台。例如，每年的5月10日「阿里日」，阿里健康員工可參與阿里巴巴集體婚禮活動；在端午節、中秋節等節日，舉辦集體慶祝活動，並為員工發放獎品；為入職滿3年、5年的員工，分別舉辦「三年醇」「五年陳」主題員工儀式，為員工頒發獎勵。

公司關愛女性員工，在三八節為女性員工舉辦活動，並為懷孕員工提供貼心的關懷和服務，例如在各園區均配置專門的孕婦休息室、食堂配置孕婦專座、提供孕婦服等。

此外，公司重視員工溝通，鼓勵員工及時反饋需求，努力為員工營造信息透明、積極互動的溝通氛圍和文化。我們積極參與由阿里巴巴集團組織的季度性員工調研，調研結果在集團內部排名較好，反映出較高的員工滿意度。



4 雙碳行動

阿里健康高度重視公司運營對生態環境產生的影響，秉承「綠水青山就是金山銀山」的發展理念，持續關注氣候變化，在各個運營環節積極降低環境影響，致力於構建可持續發展的美好家園。

4.1 應對氣候變化

氣候變化引發的極端天氣對生態環境帶來諸多挑戰，減少碳排放、積極應對氣候變化是人類社會廣泛關注的議題。阿里健康積極響應國家「碳達峰、碳中和」的目標，貫徹落實阿里巴巴集團的減碳戰略和碳中和行動，從實際行動入手，全力以赴應對氣候變化。

公司持續推進氣候風險應對相關的任務，基於行業特點、業務佈局、運營所在地區等因素，主動識別分析各類氣候變化帶來的潛在風險和機遇，並制定針對性策略。一方面，隨著颱風、暴雨、沙塵暴等極端天氣頻發，會對公司經營資產、設備、員工造成損失，對此，我們時刻重視天氣預警，加強防範工作，為員工設置遠程辦公等靈活工作機制，保障公司運營穩定。另一方面，極端天氣導致患者出行不便，線下藥品購買受到影響，為線上醫療服務帶來需求，對此，我們制定應急預案，以及時應對社會的醫療服務需求。

4.2 綠色運營

阿里健康堅持將環保理念融入到公司日常運營管理中，致力於提高員工節能減碳的環保理念，打造綠色園區，開展節能技術改造及綠色供應鏈減排項目，以減少企業運營對氣候及資源帶來的不良影響。



4 雙碳行動

綠色數據中心

阿里健康響應國家「雙碳」戰略要求，依託阿里雲數據中心，通過雲計算替代傳統的IT基礎設施，提升硬件效率、計算利用率、散熱效率、用電效率等，加速數字化轉型升級，進一步實現減碳增效，減少業務運營對環境的影響。

同時，我們借助阿里雲在自身節能減排方面的努力，積極踐行綠色數據中心理念，以低碳選址、清潔能源、液冷技術、資源回收等融合AI應用，加速綠色節能技術創新及迭代升級。其中，阿里雲數據中心不斷探索液冷技術實踐，將服務器產生的熱量被絕緣冷卻液直接吸收進入外循環冷卻，使得全程散熱能耗接近於零，實現了數據中心100%無機械製冷，綜合能耗降低70%以上。阿里巴巴浙江雲計算仁和數據中心，部署了全球規模最大的液冷集群，數據中心的電源使用效率(PUE)可低至1.09，達到國際領先水平。未來，阿里雲數據中心將全力打造綠色數字基礎設施，致力於在同阿里巴巴集團實現「範圍一」¹和「範圍二」²碳中和的基礎上，率先在2030年實現「範圍三」³的碳中和，成為一朵「綠色的雲」。

- ¹ 範圍一：直接排放，企業直接控制的燃料燃燒活動和物理化學生產過程產生的直接溫室氣體排放。典型的範圍1涵蓋燃煤發電、自有車輛使用、化學材料加工和設備的溫室氣體排放。
- ² 範圍二：間接排放，企業外購能源產生的溫室氣體排放，包括電力、熱力、蒸汽和冷氣等。
- ³ 範圍三：價值鏈上下游各項活動的間接排放，覆蓋企業上下游範圍廣泛的活動類型。



4 雙碳行動

表：2021年阿里雲節能環保類獎項清單

獲獎主體	頒發機構	獎項名稱
阿里雲液冷技術	中國計算機學會(CCF)	2021「CCF科學技術獎」科技進步傑出獎
阿里雲綠色數據中心	生態環境部	2021年低碳綠色典型案例 — 低碳典型企業
阿里巴巴南通數據中心、 阿里巴巴張北數據中心	工業和信息化部、國家發展和改革委員會、商務部、國家機關事務管理局、中國銀行保險監督管理委員會、國家能源局	入選「2021年國家綠色數據中心」名單
阿里雲	彭博新能源財經(BloombergNEF)	2021年「中國綠電採購企業排行榜」第一
阿里雲數據中心綠色節能創新解決方案	保爾森基金會、清華大學	2021「保爾森可持續發展獎」綠色創新」優勝獎



4 雙碳行動

綠色辦公

公司嚴格遵守《中華人民共和國環境保護法》《中華人民共和國節約能源法》等相關法律法規，努力提升能源資源利用率，積極開展節水、節電、節約用紙等多項節能降耗行動。

2022年，阿里健康設立行政工程運營中心，集中化、精細化管理全國各個園區的用電情況。公司利用樓宇控制系統，結合人員數量、天氣、溫度等因素，按需管控園區的照明、空調、插座等辦公用電設備。同時，公司對夜間照明及空調的進行智能化巡檢和控制，確保應關盡關，夜間閑時能耗整體下降率達到10%。

表：阿里健康綠色辦公亮點舉措

能源管理	<ul style="list-style-type: none"> 設立專職人員全天候對辦公區域進行巡視，及時關閉不必要的電源設備；調節室內空調溫度和樓宇新風系統，減少電源浪費。 將所有會議室改裝成視頻會議室，提倡使用視頻會議，減少不必要的差旅。 鼓勵低碳出行，為員工提供上下班接送班車服務。
水資源管理	<ul style="list-style-type: none"> 提倡節約用水，通過意識宣貫和標語提示減少水資源浪費現象。
固體廢棄物回收	<ul style="list-style-type: none"> 制定嚴格的員工辦公用品使用額度，要求辦公用品按需領取，杜絕浪費現象。 在辦公室擺放回收箱，提倡紙張雙面使用，鼓勵員工將單面打印紙、廢舊紙張或廢舊合同放置回收箱中進行二次利用；定期將回收的單面打印紙裝訂成冊，作為筆記本供員工使用。 配合阿里巴巴集團開展廢舊紙張換綠植活動。 開展廢舊乾電池回收活動，鼓勵員工將家中的廢舊電池帶到公司進行統一回收處理。



4 雙碳行動

綠色園區

阿里健康對園區設備開展多項節能技術改造項目，持續提升能源使用效率，例如利用物聯網和大數據分析技術，優化空調和照明等系統運行邏輯；在多個園區建設太陽能供電系統等，拓展光伏等綠色能源使用場景，進一步減少溫室氣體排放；參與開發智慧園區能源管理系統，實現資源精細化管理。

阿里健康杭州園區節能技術改造項目

- 自有園區對中央空調系統進行智能化改造，實現了中央空調系統根據氣像變化、室內環境溫度、人流變化全自動、智能化運行。該項目評為余杭區公共建築能效提升節能改造示範項目，政府核定其能耗下降11%。
- 園區照明節能改造，從傳統螢光燈管全部改成LED照明，照明能耗下降30%。
- 租賃園區進行空調末端智能化控制改造，根據人流數據自動化運營，達成空調能耗全年下降10%左右。



4 雙碳行動

案例：菜鳥物流園區佈局光伏綠色能源

2021年，上海嘉定、武漢江夏和黃陂、東莞清溪、杭州下沙等地的6個菜鳥物流園區全部使用了清潔能源發電，2021雙十一活動期間合計發電量達87,000度。此外，上海嘉定貓超倉，配備屋頂光伏發電設施後，不僅實現了用電自給自足，每年還能夠為上海市政電網輸送100萬度的綠色能源。

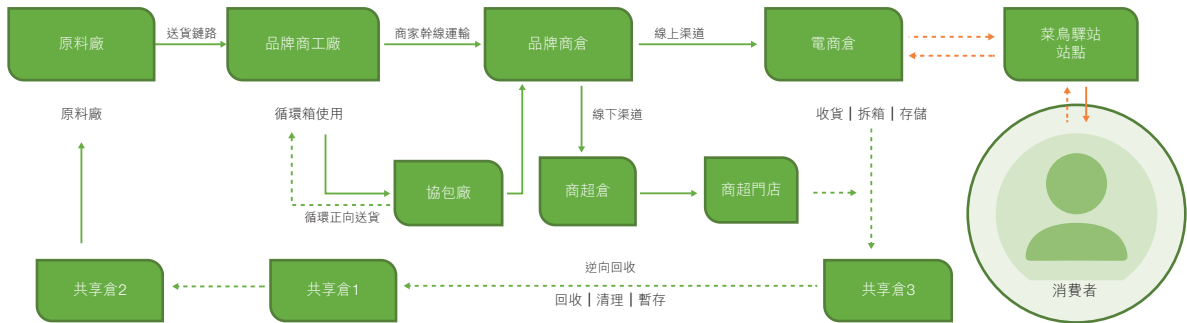


圖：菜鳥物流園區光伏發電項目

綠色物流

阿里健康聯合菜鳥開展低碳供應鏈減排項目，增加新能源車及無人車數量的同時，持續提升循環運營能力。我們積極推廣循環快遞包裝使用，制定利於行業生態的循環箱公制標準，面向主流服務商簽訂循環運營協議，根據使用場景進行流水線適配等，以最大化降低包裝材料使用。此外，我們參與開發循環體系全鏈路智能管理方案，通過植入RFID（射頻識別）芯片天線，追溯各箱體的狀態及位置，通過系統報表進行數據分析，更加智能高效地管理循環箱實物。

4 雙碳行動



圖：循環箱應用場景及回收路徑

此外，我們積極建立有消費者參與感的減排場景，從產品包裝設計、快遞包裹運輸、包裝材料回收等，提供全鏈路綠色供應鏈解決方案。同時，我們激勵消費者參與循環箱回收計劃，在全國超過300個城市中安排2小時內上門取件，消費者可通過線上下單將產品或包裝寄往指定回收點，幫助消費者獲得一站式環保體驗。

案例：菜鳥綠色快遞包裝回收計劃

2021年雙十一活動期間，為鼓勵消費者積極參與快遞箱回收計劃，在全國300多個城市8.7萬家菜鳥驛站投入到了「快遞包裝回收換雞蛋」的活動，每天準備新鮮雞蛋送給參與快遞箱回收的環保人群。該活動傳播曝光9.2億人次，共計500萬消費者線上線下參與，達成345萬次快遞箱回收，廣泛地推動消費者踐行綠色回收的行為。

同時，在2021年雙十一期間，為進一步增強了消費者綠色物流的意識，菜鳥推出了減碳賬單查詢功能，消費者可通過APP查看近一年以來的個人減碳量，生成自己的「個人減碳賬單」。活動期間，共有3,000萬人次查看了「個人減碳賬單」。





4 雙碳行動



圖：菜鳥雙十一快遞箱回收活動現場

表：2022財年阿里健康能源消耗情況

資源類型	單位	數據
外購電力	千瓦時	356,483
人均用電量	千瓦時／人	192.80
綜合能源消耗量 ⁴	噸標煤	43.81
人均綜合能源消耗量	噸標煤／人	0.02
溫室氣體排放總量 ⁵	噸二氧化碳當量	290.23
人均溫室氣體排放量	噸二氧化碳當量／人	0.16
用水量	噸	7,470
人均用水量	噸／人	4.04
紙張使用量	噸	1
人均紙張使用量	噸／人	0.0005

⁴ 綜合能耗依據《綜合能耗計算通則GB-T2589 2020》計算得出。

⁵ 阿里健康不涉及直接溫室氣體排放量（範圍一）。間接溫室氣體排放量（範圍二）計算依據國務院發改委《2012年中國區域電網基準線排放因子》，由外購電力換算得出。



4 雙碳行動

4.3 廢棄物管理

阿里健康嚴格遵守《中華人民共和國固體廢物污染環境防治法》，嚴格規範污染物的排放與處置，對固體廢棄物實施分類及合規處理，降低對生態環境造成的負面影響。

阿里健康在運營過程中產生的廢棄物主要包括物流使用的包裝材料、通過線下門店回收的廢舊藥品、以及廢舊硒鼓、廢舊燈管、廢舊電池、廢舊紙張等辦公垃圾和其他生活垃圾。此外，根據自身業務特性，公司在運營期間不涉及產品生產業務，因此無生產包裝材料的使用需求。

2022年，公司依法對回收的廢舊藥品進行無害化處理，並積極開展垃圾分類工作，號召員工按照垃圾分類標準將可回收垃圾和不可回收垃圾進行分類投放，再由公司進行統一處理，避免對環境造成影響。

表：2022財年阿里健康廢棄物排放情況

廢棄物種類	單位	數據
有害廢棄物總量	噸	0
人均有害廢棄物產生量	噸／人	0
無害廢棄物總量	噸	352
人均無害廢棄物產生量	噸／人	0.19
廢舊藥品處置／回收量	噸	70



5 夥伴責任

阿里健康始終將積極企業社會責任視為發展的重中之重，對內堅持道德誠信經營，嚴格杜絕任何形式的腐敗、賄賂及舞弊行為；對外不斷健全和完善供應鏈管理，打造可持續供應鏈，實現與各供應商的協同可持續發展。此外，公司積極投身公益，利用自身資源與優勢，在醫療健康、公益慈善等多方面回饋社會。

5.1 供應鏈管理

阿里健康高度重視供應商管理工作，與供應商建立降低成本和合作風險的良好合作模式，以一致性、謹慎性和公允性為基礎避免招投標過程中可能出現的不公平風險，確保採購活動合法合規。公司建立各採購品類的供應商資源池以及具體針對品類的供應商管理方案並對供應商分級管理，包括供應商尋源、審核、入庫、績效管理、份額分配、汰換等全流程供應商管理維度，規範採購管理工作，防控採購風險，規範採購行為。此外，阿里健康對所有供應商在確認參與投標和正式講標之前進行現場走訪，提前審核公司資質，保證供應商達到阿里巴巴集團與公司的要求。

阿里健康主營業務的採購內容主要包括自營大藥房藥品、保健品、醫療器械等，在提高採購效率的同時嚴格落實採購的公平公正，阿里健康全面推行陽光採購，打造負責任的供應鏈。我們遵守《阿里健康供貨商管理制度》，規範供貨商入庫、供貨商信息錄入等流程，設立供貨商評級體系以及供應商考核和淘汰機制；針對自營業務，在GSP要求規範下對藥品收貨、驗收、儲存、養護、出庫、運輸、退貨各個環節提出明確的質量要求。同時，阿里健康對自營倉庫和OEM (Original Equipment Manufacturer) 產品制定了考核制度，在供應商引入之前對其供應的資質、管理能力進行全方位的評估，評估通過方可准入。對於已准入的供應商，公司定期對自營倉庫和OEM生產工廠，進行覆核，全鏈路確保自營商品質量。

針對非經營性的採購，包括但不限於行政綜合品類，工程品類、外包服務品類、專業服務品類、HR服務品類、IT軟/硬件品類、設備等品類，阿里健康針嚴格遵循阿里巴巴集團採購部的規章制度和系統流程，該制度明確規範了涵蓋範圍、採購需求、審批流程和付款流程等各個關節。截至2022年3月31日，共有221家非經營性採購供應商與阿里健康開展合作，其均為中國內地供應商。

阿里健康引入第三方機構對供應商進行審核，報告期內完成了214次供應商審核，對於審核未通過的2家供應商進行了汰換處理。



5 夥伴責任

阿里健康定期開展供應商培訓，每年對自營業務的供應商開展不少於4次的全面培訓，覆蓋100%供應商，針對相關法律法規和典型案例，對供應商進行宣導，提升供應商的質量控制水平。

5.2 公益行動

阿里健康自創立以來，不斷投身於公益行動，以自身資源優勢回饋社會，建立員工志願者隊伍並開展志願服務項目，促進全社會醫療領域的快速發展，維護全民健康、安全的生活方式，為社會和諧發展貢獻力量。

健康公益

阿里健康響應健康中國戰略，結合自身的業務範疇和優勢，積極致力於醫療公益事業。我們打造基礎醫生培訓項目，為基層衛生服務體系建設貢獻力量，同時，關注兒童重疾救助及特藥與罕見病領域，以公益奉獻增進民生福祉。

案例：基礎醫生培訓項目

阿里健康公益聯合阿里巴巴公益基金會，縣域醫院院長聯盟、凌鋒公益基金會等公益愛心組織共同開展基層醫生培訓公益項目，幫助提升縣域醫院實用臨床能力，從而提升對廣大基層老百姓的健康服務水平。學習平台覆蓋基層常規的各個專業方向，以專科專題在線交流活動，病例討論或案例分享等方式拉近縣域醫生與一線三甲醫院專家的距離，提升基層醫生診療的實戰能力。截至當前該項目已覆蓋了421家縣醫院，10,000餘名醫生，累計培訓醫生7萬多人次。



5 夥伴責任

案例：小鹿燈兒童重疾救助平台

為了幫助更多患有重大疾病的兒童及其家庭渡過難關，由各級政府、知名醫療單位、醫療專家、權威公益機構與阿里巴巴公益基金會、阿里健康公益共同支持的「小鹿燈兒童重疾救助平台」2021年5月31日正式上線，旨在為有困難的重疾患兒家庭提供就醫愛心通道，對接優質診療資源並提供診療費用援助，同時幫助減輕赴外地就醫帶來的出行及住宿負擔。該項目幫助患病孩子們早診斷、早治療，減少因病致殘致死，降低因病致貧因病返貧。截止2022年3月31日，項目已覆蓋11省17縣，舉行18場義診，覆蓋200+鄉鎮，3000+患兒經過初篩，300+患兒已經進入救助流程。

案例：加強特藥與罕見病領域投入

阿里健康公益也在特藥與罕見病領域不斷投入，2021年9月份上線了「患者援助」小程序。聯合主流基金會，提供特藥的慈善援助服務；聯合博鰲樂城罕見病醫學臨床中心，打造了國內首個「罕見病全球藥物信息平台」，解決國內眾多罕見病患者一直存在的境外創新治療藥物「找不到、用不上」的難題，助力他們早日用上藥，重拾生活希望。同時，聯合北京健康促進會，設計開發了「用藥費用計算器」，將藥物費用、各地醫保報銷費用、慈善藥品援助數量、補充保險報銷費用等信息做可視化展現，減輕患者疾病負擔，增強患者規範治療的信心。



5 夥伴責任

齊心抗疫

作為互聯網醫療的重要力量，阿里健康在疫情反覆的情況下，不斷升級阿里健康大藥房、醫鹿APP等相關平台的與疫情相關的醫療服務，為更多的城市和消費者提供便捷的上門核酸檢測服務，並集結各科醫生專家團隊和專業藥師，發起線上義診活動、關注慢性病人用藥需求，助力全國打贏疫情防控戰。

案例：升級上門核酸檢測服務

2021年8月，南京、武漢等多個城市宣佈，將進行全員核酸檢測。為協助各城市提升核酸檢測效率，阿里健康在已有的核酸檢測在線預約服務基礎上，進一步全面升級 — 全國94個城市可在線預約上門核酸檢測、線下核酸檢測以及上門醫護服務。用戶在線購買核酸檢測服務後可立即線上預約檢測時間，既避免了線下人群聚集增加感染風險，又節省了時間。

2021年11月，阿里健康聯合專業機構，在全國120個城市為用戶提供上門核酸檢測服務，最快可預約當日上門核酸檢測。

案例：開啟線上義診，服務居家患者

2021年8月，阿里健康醫鹿APP上線了抗疫義診、開藥門診服務用戶在家就能在線問診，足不出戶就可收到所需藥品。近千位醫鹿醫生在線參與義診，為受疫情影響地區的群眾提供7×24小時不間斷問診服務。針對兒科疾病，由三甲醫院醫生60秒迅速接診，為患兒家長答疑解惑。

2022年3月，阿里健康發起線上義診活動，超過3,000位醫生主動加入，在特殊時期為患者提供問診服務。在阿里健康互聯網醫院義診專區，每天有超過500位來自全國呼吸科、兒科、內科、皮膚科等不同科室的醫生在線提供服務，能夠滿足患者的不同問診需求。



5 夥伴責任

案例：關注慢性病人需求，升級「日常防疫清單」

2022年4月，阿里健康大藥房將「日常防疫清單」頁面進行全新升級，在包含防護消毒、家庭常備藥、提升免疫、理療監測等各類健康物資的基礎上，特別設置「慢病備藥」專區，方便需要居家的慢病患者一次性備齊需要長期服用的藥品。此外，阿里健康大藥房「日常防疫清單」頁面中，為每一個分區設置了詳細的科普提醒，同時為每一款藥品配備24小時藥師服務，超過2,000名持有「國家執業藥師資格證書」的藥師，將在線為消費者提供全天候免費用藥指導服務。



ESG 索引

一般披露及關鍵績效指標(KPI)			所在頁碼
環境			
A1：排放物	一般披露	有關廢氣及溫室氣體排放、向水及土地的排污、有害及無害廢棄物的產生等的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	29、32
	A1.1	排放物種類及相關排放數據。	本公司運營不涉及污染排放物產生
	A1.2	直接（範圍1）及能源間接（範圍2）溫室氣體總排放量（以噸計算）及（如適用）密度（如以每產量單位、每項設施計算）。	36
	A1.3	所產生有害廢棄物總量（以噸計算）及（如適用）密度（如以每產量單位、每項設施計算）。	37
	A1.4	所產生無害廢棄物總量（以噸計算）及（如適用）密度（如以每產量單位、每項設施計算）。	37
	A1.5	描述所訂立的排放量目標及為達到這些目標所採取的步驟。	37
	A1.6	描述處理有害及無害廢棄物的方法，及描述所訂立的減廢目標及為達到這些目標所採取的步驟。	37



ESG 索引

一般披露及關鍵績效指標(KPI)			所在頁碼
環境			
A2：資源使用	一般披露	有效使用資源(包括能源，水及其他原材料)的政策。	32
	A2.1	按類型劃分的直接及／或間接能源(如電，氣或油)總耗量(以千個千瓦時計算)及密度(如以每產量單位、每項設施計算)。	36
	A2.2	總耗水量及密度(如以每產量單位、每項設施計算)。	36
	A2.3	描述所訂立的能源使用效益目標及為達到這些目標所採取的步驟。	29-35
	A2.4	描述求取適用水源上可有任何問題，以及所訂立的用水效益目標及為達到這些目標所採取的步驟。	本公司運營均採用市政供水，不涉及水源相關問題
	A2.5	製成品所用包材料的總量(以噸計算)及(如適用)每生產單位估量。	本公司不涉及
A3：環境及天然資源	一般披露	減低發行人對環境及天然資源造成重大影響的政策。	29
	A3.1	描述業務活動對環境及天然資源的重大影響及已採取管理有關影響的行動。	29-35
A4：氣候變化	一般披露	識別及應對已經及可能會對發行人產生影響的重大氣候相關事宜的政策。	29
	A4.1	描述已經及可能會對發行人產生影響的重大氣候相關事宜，及應對行動。	29-35

ESG索引

一般披露及關鍵績效指標(KPI)			所在頁碼
社會			
B1：僱傭	一般披露	有關薪酬及解僱，招聘及晉升，工作時數，假期，平等機會，多元化，反歧視以及其他待遇及福利的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	22
	B1.1	按性別、僱傭類型(如全職或兼職)、年齡組別及地區劃分的僱員總數。	23
	B1.2	按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率。	23
B2：健康與安全	一般披露	有關提供安全工作環境及保障僱員避免職業性危害的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	26
	B2.1	過去三年(包括匯報年度)每年因工亡故的人數及比率。	26
	B2.2	因工傷損失工作日數。	26
	B2.3	描述所採納的職業健康與安全措施，以及相關執行及監察方法。	26-27
B3：發展及培訓	一般披露	有關提升僱員履行工作職責的知識及技能的政策。描述培訓活動。	24-25
	B3.1	按性別及僱員類別(如高級管理層、中級管理層)劃分的受訓僱員百分比。	26
	B3.2	按性別及僱員類別劃分，每名僱員完成受訓的平均時數。	26
B4：勞工準則	一般披露	有關防止童工或強制勞工的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	22
	B4.1	描述檢討招聘慣例的措施以避免童工及強制勞工。	22
	B4.2	描述在發現違規情況時消除有關情況所採取的步驟。	22



ESG 索引

一般披露及關鍵績效指標(KPI)			所在頁碼
社會			
B5：供應鏈管理	一般披露	管理供應鏈的環境及社會風險政策。	38
	B5.1	按地區劃分的供應商數目。	38
	B5.2	描述有關聘用供貨商的慣例，向其執行有關慣例的供貨商數目，以及相關執行及監察方法。	38-39
	B5.3	描述有關識別供應鏈每個環節的環境及社會風險的慣例，以及相關執行及監察方法。	38
	B5.4	描述在揀選供貨商時促使多用環保產品及服務的慣例，以及相關執行及監察方法。	30-31、34-35

ESG索引

一般披露及關鍵績效指標(KPI)			所在頁碼
社會			
B6：產品責任	一般披露	有關所提供產品和服務的健康與安全，廣告，標籤及私隱事宜以及補救方法的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	14、18、21
	B6.1	已售或已運送產品總數中因安全與健康理由而須回收的百分比。	15
	B6.2	接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法。	17
	B6.3	描述與維護及保障知識產權有關的慣例。	21
	B6.4	描述質量檢定過程及產品回收程序。	15
	B6.5	描述消費者資料保障及私隱政策，以及相關執行及監察方法。	20
B7：反貪污	一般披露	有關防治賄賂，勒索，欺詐及洗黑錢的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	11
	B7.1	於匯報期內對發行人或其僱員提出並已審結的貪污訴訟案件的數目及訴訟結果。	11
	B7.2	描述防範措施及舉報程序，以及相關執行及監察方法。	11
	B7.3	描述向董事及員工提供的反貪污培訓。	11
B8：社區投資	一般披露	有關以社區參與來了解營運所在社區需要和確保其業務活動會考慮社區利益的政策。	39
	B8.1	專注貢獻範疇(如教育、環境事宜、勞工需求、健康、文化、體育)。	39-42
	B8.2	在專注範疇所動用資源(如金錢或時間)。	39-42



讀者反饋表

尊敬的讀者：

您好！

感謝您閱讀本報告。我們真誠地期待您對本報告進行評價，提出寶貴意見以便我們持續改進工作，提高環境、社會及管治工作的能力和水平！

選擇性問題（請在相應位置打「✓」）

1. 對於阿里健康，您的身份是？

- 政府 投資者 員工 客戶 供應商／承包商
 合作夥伴 同行 社區和公眾 媒體 非政府組織
 其他（請註明）

2. 您認為阿里健康整體ESG表現：

- 很好 較好 一般 較差

3. 您對報告的總體印象是：

- 很好 較好 一般 較差

4. 您認為報告中所披露的ESG信息質量：

- 很好 較好 一般 較差

5. 您認為報告結構：

- 很合理 較合理 一般 較不合理

6. 您認為報告版式設計和表現形式：

- 很好 較好 一般 較差

7. 您對阿里健康ESG工作有哪些期待？



阿里健康信息技術有限公司

Alibaba Health Information Technology Limited

公司地址：香港銅鑼灣勿地臣街1號時代廣場1座26樓

Address：26/F, Tower One Times Square, 1 Matheson Street, Causeway Bay, Hong Kong

公司網站/Website：http://www.irasia.com/listco/hk/alihealth/

電子郵件/Email：alihealth_info@alibaba-inc.com